

ABSTRAK

Penulisan karya akhir ini membahas tentang beberapa teori pemasaran dan prakteknya di dunia industri telekomunikasi seluler pada umumnya dan khususnya tentang pemasaran kartuHALO korporat di PT Telkomsel Regional Jabotabek yang terpengaruh pada persaingan *mobile broadband* oleh para operator telekomunikasi seluler yang beroperasi di Jakarta dan sekitarnya.

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder, dimana data primer didapat melalui wawancara dengan narasumber internal dan data sekunder didapatkan dari buku-buku *marketing* dan alamat-alamat *website* yang berkaitan dengan topik pembahasan karya akhir ini.

Teknik wawancara kepada narasumber menggunakan wawancara mendalam. Untuk mendapatkan data primer, penulis mengumpulkannya sambil mewawancarai narasumber tentang hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran kartuHALO korporat Telkomsel Regional Jabotabek.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan : strategi yang dilakukan PT Telkomsel khususnya di Divisi *Corporate Account Managment* Regional Jabotabek telah dilaksanakan dengan baik, namun terdapat kelemahan-kelemahan disamping kelebihanannya dan ancaman di lingkungan industri telekomunikasi seluler disamping peluang-peluang yang ada dalam matriks SWOT melalui analisis eksternal, analisis persaingan dan analisis internal. Evaluasi strategi pemasaran KartuHALO korporat di Jakarta dan sekitarnya terhadap persaingan *mobile broadband* yang ada di Indonesia selain dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT, Matriks Internal-Eksternal dengan skor 2,95 faktor eksternal dan 2,75 faktor internal atau dalam pertumbuhan dengan stabilitas yang baik.